

# 온라인 해외직구의 문제점과 개선방안에 대한 연구

김상만\*

## 목 차

- |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| I. 서 론                | IV. 온라인 해외직구의 개선방안 |
| II. 온라인 해외직구의 의의 및 동향 | V. 결 론             |
| III. 온라인 해외직구의 주요 문제점 | 참고문헌               |

정보통신기술(ICT)의 발달, 결제시스템의 발달, 스마트폰의 대중화, 쇼핑몰의 확대, 배송 업체의 물류혁신 등으로 전자상거래(e-commerce) 및 국경간전자상거래(cross-border e-commerce)는 가파르게 성장하고 있다. 그리고 이에 더하여 글로벌 온라인 쇼핑몰의 확장과 모바일을 통한 구매방식 선진화로 온라인 해외직구도 급증하고 있다.

해외직구에서는 소비자가 거래의 직접 당사자가 되고, 전자상거래업체(이커머스업체)가 거래정보를 보유하며, 소량다건(少量多件)의 거래라는 특징이 있다. 해외직구 증가에 따라 전자상거래업체들은 해외구매대행 서비스를 확대하고, 개인 해외구매대행업도 성행하고 있다. 해외직구에 대해서는 150달러 이하 자가사용 물품 소액면세, 150달러 이하(미국발 물품은 200 달러 이하) 물품 목록통관 등의 편의제도가 적용된다.

해외직구 급증에 따라 해외직구 편의제도 악용, 전자상거래의 오용, 해외직구 쇼핑몰 이용자의 불만, 전자상거래업체의 갑질, 해외직구 물품의 반품과 관세 환급 문제 등 다양한 문제점이 대두되고 있다. 해외직구에서 국민 편의와 안전을 제고하고, 해외직구의 건전한 발전과 국민경제의 발전을 위해서는 해외직구의 문제점에 대한 개선이 필요하다.

**주제어** 구매대행, 국경 간 전자상거래(Cross-border e-Commerce), 온라인 쇼핑몰, 전자상거래(e-Commerce), 해외직구, 해외직구구매

## I. 서론

정보통신기술(ICT)의 발달, 결제시스템의 발달, 온라인 쇼핑몰의 혁신, 배송업체의 물류 혁신, 스마트폰의 대중화 등으로 온라인 유통시장이 발달하고, 전자상거래(e-commerce) 및 국경간전자상거래(cross-border e-commerce)는 가파르게 성장하고 있다(조원길, 2022). 전 세계적으로 인터넷 사용자가 50억 명이 넘는 등 글로벌 인터넷 액세스 및 채택이 급속히 확산됨에 따라 온라인 구매자가 증가하고 있고(Koen van Gelder, 2023), 전자상거래는 글로벌 소매거래에서 필수불가결하게 되었다. 그리고 이에 더하여 글로벌 온라인 쇼핑몰의 확장과 모바일을 통한 구매방식 선진화로 온라인 해외직구도 급증하고 있다.

우리나라에서도 스마트폰의 대중화에 물류·유통시스템의 발달과 전자상거래업체(이커머스업체)의 서비스 확대가 더해져 해외직구가 급증하고 있다(관세청, 2024). 소비자들은 온라인 해외직구를 통하여 낮은 가격으로 선호도가 높은 상품을 구매하고 있다. 해외직구는 소비자가 거래의 직접 당사자가 되고, 전자상거래업체가 거래정보를 보유하며, 소량다건(少量多件) 거래라는 특징이 있다. 해외직구 증가에 따라 전자상거래업체들은 해외구매대행 서비스를 확대하고, 개인 해외구매대행업도 성행하고 있다. 해외직구 증가에 따라 다양한 문제점이 대두되고 있는데, 해외직구에서 국민 편의와 안전을 제고하고, 해외직구의 건전한 발전과 국민경제의 발전을 위해서는 해외직구의 문제점에 대한 개선이 필요하다. 이에 따라 이 연구에서는 온라인 해외직구의 의미, 특징, 동향 등을 살펴보고, 해외직구의 주요 문제점을 분석하며, 개선방안을 제시하고자 한다.

## II. 온라인 해외직구의 의미 및 동향

### 1. 온라인 해외직구의 의미 및 유형

#### 1) 해외직구의 의미 및 특징

현행 법령상 “온라인 해외직구” 또는 “해외직구(전자상거래)”에 대한 직접적인 정의 규정은 없다. 다만, 현행 「관세법」<sup>1)</sup>의 규정을 통하여 “온라인 해외직구” 또는 “해외직구(전자상

거래)의 정의를 유추할 수 있다. 현행 「관세법」 제2조 제19호에서는 “전자상거래물품”이란, 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화를 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장) 등을 통하여 전자적 방식으로 거래가 이루어지는 수출입물품을 말한다고 규정하고 있는데, 이 규정을 통하여 “온라인 해외직구(또는 해외직구(전자상거래))”는 ‘사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화를 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장) 등을 통하여 전자적 방식으로 해외에서 상품을 직접 구매하는 거래’를 의미한다고 유추할 수 있다. 대체로 “온라인 해외직구”는 국내 소비자가 전자상거래 플랫폼을 이용해서 해외에서 상품을 직접 구매하는 것을 의미하는 것으로 사용되고 있다. 최근에서는 정보통신기술(ICT)의 발달로 온라인 네트워크를 이용하는 경우만을 전자적 처리라고 말하기도 한다(정다운 외 2인).

한편, 현행 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」<sup>2)</sup>에서는 “전자상거래업체”에 대한 정의를 규정하고 있는데, 이 고시에 따르면 “전자상거래업체”란, 전자상거래를 업으로 하는 자로서 i) 통신판매업자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조제3호에서 규정한 통신판매업자) ii) 통신판매중개자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조제4호에 따른 통신판매중개를 하는 자) iii) 구매대행업자(「관세법」 제19조제5항제1호 다목에서 규정한 자) iv) 배송대행업자(화주가 사이버몰에서 구매한 물품을 화주의 위임에 따라 해외에서 대신 수령하여 배송을 대행하는 자)를 말한다(제2조제1호).

해외직구는 i) 소비자가 거래의 직접 당사자가 되고 ii) 전자상거래업체가 거래정보를 보유하며 iii) 소량다건(少量多件) 거래이고 iv) 해외직구 편의제도가 적용되며 v) 환율변화에 민감하다는 특징이 있다(관세청, 2022). 해외직구에 대하여는 i) 물품가격<sup>3)</sup> 150달러 이하 자가사용 물품 소액면세<sup>4)</sup> ii) 자가사용 물품은 원칙적 요건면제 iii) 물품가격150달러(미국발의 경우 200달러) 이하 물품 목록통관<sup>5)</sup>(신고생략) iv) 물품가격이 150달러(미국발의 경우 200달러) 초과 ~ 2,000달러 이하인 특송물품 간이신고 등이 적용된다(전자상거래물품

1) [법률 제19924호, 2023. 12. 31., 일부개정].

2) [관세청고시 제2023-42호, 2023. 6. 26., 전부개정].

3) 물품가격 = 물품대금 외 발송국가 내에서 발생하는 세금, 내륙운임, 보험료 등 제비용 포함(발송국에서 우리나라로 배송되는 “국제운송비와 보험료 등”은 “명백히 구분”할 수 있는 경우 제외 가능).

4) 물품가격 미화 150달러 이하는 면세통관되며, 미화 150달러 초과 시에는 공제없이 총과세가격(물품가격+운임+보험료 등)에 대해 과세된다.

5) 목록통관은 자가사용 물품에 한해 미화 150달러(미국발의 경우 200달러) 이하 물품의 경우 정식 수입신고 없이 면세 통관하는 제도를 말한다. 다만, 의약품, 의료가기, 건강기능식품, 식품류, 검역대상 물품 등은 목록통관이 배제되고 일반수입신고를 해야 한다.

의 특별통관에 관한 고시 제4조~제5조). 특송업체가 운송 반입한 경우 특송통관절차가 적용되고, 우체국을 통해 반입된 경우 우편통관절차가 적용되며, 일반 운송업체가 운송 반입한 경우 일반수입통관절차가 적용된다. 다만, 물품가격이 2,000달러를 초과하는 경우 특송 물품도 일반 수입신고를 해야 하고, 「특송물품 사무처리에 관한 고시」 별표 1의 목록통관배제대상물품과 별표 2의 간이신고배제대상물품에 대해서는 목록통관 또는 간이신고를 배제하고 일반수입신고를 해야 한다(전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시 제6조).

## 2) 해외직구의 유형 및 진행 과정

해외직구 유형은 구매대행, 직접구매(직접배송), 배송대행으로 분류할 수 있는데(이병준, 2013), “구매대행”은 대행업체에 물품가격, 물류비, 수수료 등을 지불하고 구매부터 배송까지 모든 절차를 위임하는 방식이고, “배송대행”은 해외 쇼핑몰에서 직접 주문 결제 및 배송대행지 입력하고, 배송대행업체가 현지 물류창고에서 주문물품을 대신 수령한 후 배송대행 서비스를 이용하여 제품을 배송 받는 방식이며, “직접구매(직접배송)”는 해외 쇼핑몰에서 직접 주문 결제하고 직접 배송받는 방식이다(관세청, 2023).

구매대행은 쇼핑몰형 구매대행과 위임형 구매대행으로 분류할 수 있는데, “쇼핑몰형 구매대행”은 사이버몰 등을 통하여 해외로부터 구매 가능한 물품의 정보를 제공하고 해당 물품을 자가사용물품으로 수입하려는 화주의 요청에 따라 그 물품을 구매해서 판매하는 것을 말하고, “위임형 구매대행”은 자가사용물품을 수입하려는 화주의 위임에 따라 해외 판매자로부터 해당 수입물품의 구매를 대행하는 것을 말한다(관세법 제19조 제5항제1호 다목). 쇼핑몰형 구매대행에서는 구매대행 쇼핑몰에 게재된 해외제품을 바로 주문하고, 위임형 구매대행에서는 구매하고자 하는 해외제품의 견적을 요청한 후 예상비용을 통보받아 이를 결제하여 구매한다. “직접구매(직접배송)”에서는 국내 소비자가 해외 전자상거래 사이트로부터 직접 물품을 결제하여 주문하고, 해외 판매자에게 배송을 직접 요청하며, 국내소비자가 해외 판매자로부터 직접 배송을 받아 국내에서 해당 물품을 수령한다. 이 경우 특송 또는 국제우편으로 배송된다. “배송대행”에서는 국내 소비자가 해외 전자상거래 사이트에서 물품을 직접 구매하고 결제하지만, 해외 판매자가 국내까지 직접배송을 하지 않는 등의 제반 사항이 있는 경우에 이용된다.

유형별 해외직구 과정을 보면, “직접배송”은 ①해외쇼핑몰 주문 및 결제 → ②국제운송 → ③통관절차 → ④국내배송 → ⑤제품수령 순이고, “배송대행”은 ①해외쇼핑몰 주문 및 결제 → ②배송대행신청 → ③배송대행지로 이동 및 검수 → ④배송대행지 결제 → ⑤국제운송 및 통관 → ⑥국내배송 및 제품 수령 순이며, “구매대행”은 ①해외쇼핑몰 주문 및 결제 → ②국제운송 → ③통관절차 → ④국내배송 → ⑤제품수령 순으로 진행된다.

해외직구 유형별 장단점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, “직접배송”은 무료배송이 된다면 가장 저렴(수수료 등이 절감)할 수 있지만, 피해발생 시 해결이 어렵고, 국제배송비가 비싼 경우가 많다. 둘째, “배송대행”은 국내로 직접 배송되지 않는 제품도 구입이 가능하고, 배송대행지에서 검수, 검품 서비스가 있어 직접배송보다 교환 또는 반품이 용이하지만, 제품종류, 배송대행지, 배송대행업체별로 수수료 책정기준이 차이가 있어 비교가 필요하다. 셋째, “구매대행”은 복잡한 해외직구를 비교적 편리하게 이용할 수 있지만, 수수료가 가장 비싼 편이고, 반품 수수료 및 조건이 업체별로 상이하고 반품 수수료가 과다한 경우가 있어 주의가 필요하다.

## 2. 온라인 해외직구 동향

글로벌 온라인 쇼핑몰 확장, 배송업체의 물류혁신과 모바일을 통한 구매방식 선진화 등으로 전 세계적으로 B2C 전자상거래(e-commerce)에 종사하는 기업의 수는 지속적으로 증가하고 있다. 그리고 전자상거래 규모는 급증하고, 국경간전자상거래(cross-border e-commerce)도 가파르게 성장하고 있다(OECD/EUIPO, 2021). 전자상거래 소매 매출의 급증에는 스마트폰의 보급 확산이 크게 작용했고, 2020년과 2021년의 전자상거래 소매 매출 급증에는 코로나 팬데믹이 크게 작용했다. 참고로 2023년에는 스마트폰이 전 세계 모든 소매 웹사이트 방문의 70% 이상을 차지했다(Koen van Gelder, 2023).

전 세계 전자상거래 소매 매출 비중은 2015년 7.5%에서 2020년 17.8%로 5년 만에 두 배 이상 증가하였다. 특히 그 비중은 2019년 13.8%에서 2020년 17.8%로 2020년에 급증하였는데, 여기에는 코로나 팬데믹이 크게 작용했다. 2022년에는 18.9%로 전년도와 동일하고, 2023년에는 19.5%로 소폭 상승하였으며, 2027년에는 23%까지 증가할 것으로 전망된다(Statista, 2024).

〈표 1〉 전 세계 총 소매 매출 대비 전자상거래 비율(2015~2027)

(단위 : %)

연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
비중	7.4	8.6	10.4	12.2	13.8	17.8	18.9	18.9	19.5	20.3	21.2	22.2	23

(자료 : Statista)

전 세계 전자상거래 소매 매출규모를 보면, 2014년 1조 3,360억 달러에서 2019년 3조 3,510억 달러로 5년 만에 두 배 이상 증가하였고, 2020년에는 4조 2,480억 달러로 3배 이상 증가하였으며 2026년에는 8조 달러를 넘을 것으로 보고 있다(Statista, 2024). 특히 2020년과 2021년에 전자상거래 소매 매출이 급증하였는데, 여기에는 코로나 팬데믹으로 인한 봉쇄와 비대면 문화 확산이 크게 작용했다.

〈표 2〉 전 세계 전자상거래 소매 매출(2014~2026)

(단위 : 10억 달러)

연도	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
매출액	1,336	1,548	1,845	2,382	2,982	3,351	4,248	5,211	5,717	6,310	6,913	7,528	8,148

(자료 : Statista)

최근 우리나라에서도 해외직구가 급속히 증가하고 있는데, 증가 추세는 지속될 것으로 보인다. 최근 5년간(2018~2022) 해외직구 동향을 보면, 건수 기준으로 2018년 3,225만 건에서 2022년 9,612만 건으로 3.0배 증가하였고, 금액 기준으로 2018년 2,755 백만 달러에서 2022년 4,725백만 달러로 1.7배 증가하였다. 특히 해외직구 건수가 크게 증가하였는데, 이는 해외직구가 보편화되었다는 것을 시사한다.

〈표 3〉 최근 5년간 온라인 해외직구 동향(2018~2022)

(단위: 천 건, 백만 달러)

구 분	일반신고		간이신고		목록통관		합 계	
	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수
2018년	12,817	1,493	280	83	19,158	1,179	32,255	2,755
2019년	17,121	1,757	329	94	25,538	1,292	42,988	3,143
2020년	22,568	2,095	285	84	40,722	1,575	63,575	3,754
2021년	29,527	2,597	300	86	58,553	1,975	88,380	4,658
2022년	31,444	2,551	176	58	64,500	2,116	96,120	4,725
누 계	113,477	10,493	1,370	405	208,471	8,137	323,318	19,035

(자료 : 관세청)

해외직구는 신고방법에 따라 일반신고, 목록통관, 간이신고로 구분할 수 있다.<sup>6)</sup>

“일반신고”는 관세법 제241조 제1항에 따라 정식 수입신고하는 제도이고, “목록통관”은 특송업체의 통관목록 제출로 수입신고를 갈음하는 제도이며, “간이신고”는 일반 수입신고 항목의 일부를 생략하고 간이한 방법으로 신고하는 제도이다. 최근 5년간(2018~2022) 간 신고방법별(목록통관, 간이신고, 일반신고) 현황을 보면, 금액 기준으로는 목록통관이 208,471백만 달러로 가장 많고, 그 다음이 일반신고로 113,477백만 달러이며, 간이신고는 1,370백만 달러로 가장 적었다. 그러나 건수 기준으로는 일반신고가 10,4934건으로 가장 많고, 그 다음이 목록통관으로 8,137건이며, 간이신고는 405건으로 가장 적었다.

품목별 해외직구 현황(2022년)을 보면, 건강식품<sup>7)</sup>이 가장 많이 수입되었고(16.3%), 그 다음으로 가전제품<sup>8)</sup>(13%), 의류(11.9%), 기타 식품<sup>9)</sup>(10%), 신발류(5.9%), 화장품·향수(4.9%), 완구·인형(4.4%), 핸드백·가방(3.4%) 등이다. 건강식품과 화장품·향수는 주로 미국에서 구매하였고, 가전제품은 주로 중국에서 구매하였다. 상위 5대 품목이 전체 해외직구의 약 60%를 차지하였는데, 이는 해외직구는 특정 품목에 편중되어 있다는 시사한다(관세청, 2023).

연령별 해외직구 현황(2022)을 보면, 40대의 구매 비중이 전체의 32%로 가장 높고, 그 다음으로 30대(29.6%) → 50대 이상(22.6%) → 20대(14.6%) → 10대(1.2%) 순이다. 연령대 별 1순위 구매품목을 보면, 10대에서는 의류(16%), 20대·30대·50대 이상에서는 건강식품(각각 20%, 18%, 18%), 그리고 40대에서는 가전제품(15%)이었다. 특히 건강식품은 40대에서도 2순위로 20대 이상의 전 연령층에서 우선 순위를 보였다. 그러나 10대에서는 의류(16%) → 가전제품(12%) → 완구·인형(9%) → 기타식품(8%) 순이며, 건강식품은 선호되지 않는 것으로 나타났다. 10대의 경우 건강식품에 대한 수요가 크지 않는다는 점을 고려할 때, 해외직구는 주로 실수요자가 직접 구매하는 경향이 있다는 것을 짐작할 수 있다.

6) 자가사용 물품 중 물품가격150달러(미국발의 경우 200달러) 이하 물품 목록통관(신고생략) 대상이고, 물품 가격이 150달러(미국발의 경우 200달러) 초과 ~ 2,000달러 이하인 특송물품은 간이신고 대상이다. 물품 가격이 2,000달러를 초과하는 경우 특송물품도 일반수입신고 대상이고, 「특송물품 사무처리에 관한 고시」 별표 1의 목록통관배제대상물품과 별표 2의 간이신고배제대상물품도 일반수입신고 대상이다(전자상거래 물품의 특별통관에 관한 고시 제4조~제6조).

7) 비타민, 오메가3, 단백질보충제, 마그네슘 등

8) 헤드셋, 스피커, 태블릿, 컴퓨터 주변기기 등

9) 커피, 주류, 과자류 등

〈표 4〉 연령대별 해외직구 현황(2022)

구 분	1순위(비중)	2순위(비중)	3순위(비중)	4순위(비중)
10대	의류(16%)	가전제품(12%)	완구·인형(9%)	기타식품(8%)
20대	건강식품(20%)	의류(13%)	가전제품(10%)	기타식품(9%)
30대	건강식품(18%)	의류(12%)	가전제품(11%)	기타식품(10%)
40대	가전제품(15%)	건강식품(14%)	의류(12%)	기타식품(8%)
50대 이상	건강식품(18%)	가전제품(17%)	의류(11%)	기타식품(7%)

(자료 : 관세청)

해외직구는 환율변화에 민감하여 원/달러 환율의 상승기에는 감소하고 안정화 시기에는 증가하는 경향이 있다. 일례로 환율이 비교적 안정적이던 2022년 상반기는 해외직구 건수가 전년 동기 대비 약 13% 증가<sup>10)</sup>하였으나, 환율이 상승했던 2022년 하반기에는 약 5% 증가<sup>11)</sup>에 그쳤다. 참고로 2020년~2022년 환율에 따른 해외직구 변화를 분석한 결과, 원/달러 환율 1% 상승 시 해외직구 건수는 0.79% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 5〉 원/달러 환율변동에 따른 해외직구 추이(2022년)

(단위: 천 건)

월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
원/달러 환율	1,194	1,198	1,221	1,232	1,269	1,277	1,307	1,318	1,391	1,426	1,364	1,296
수입 건수	7,591	6,687	7,705	7,881	8,383	8,151	8,308	7,964	7,558	7,740	8,758	9,394

(자료 : 관세청)

### Ⅲ. 온라인 해외직구의 주요 문제점

#### 1. 해외직구 편의제도 악용

국경간 전자상거래는 글로벌 쇼핑몰, 배송업체 등의 물류혁신과 모바일을 통한 구매방식 선진화 등으로 가파르게 성장하고, 우리나라의 온라인 해외직구도 급증하고 있다. 온라인 해외직구 이용자의 편의를 위하여 i) 물품가격 150달러 이하 자가사용 물품 소액면세 ii) 자가사용 물품은 원칙적 요건면제 iii) 물품가격150달러(미국발의 경우 200달러) 이하 물품 목록통관(신고생략) 등의 편의제도를 운영하고 있는데, 이를 악용하는 사례가 있어 문제가

10) 2021년 상반기 4,108만건 → 2022년 상반기 4,640만건

11) 2021년 하반기 4,730만건 → 2022년 하반기 4,972만건

되고 있다. 관세청은 해외직구 불법거래 근절을 위한 해외직구 악용 사범 특별단속기간 (2021.9.27.~11.30.)을 운영하고 단속 결과를 발표했는데, 대표적인 악용 유형은 밀수입, 관세포탈, 부정수입, 지식재산권침해 등이다(관세청, 2021).

〈표 6〉 해외직구 국민편의제도 악용 유형

유형	내용
밀수입	스마트워치, 게임기, 탈모제 등을 세관수입신고가 면제되는 150달러 이하의 목록통관물품으로 반입하거나 국제우편으로 밀수입(31건, 556만점, 약 149억원)
관세포탈	구매자는 손목시계, 의류 등을 관세와 부가세 등 세금이 포함된 가격으로 결제했으나, 구매대행업자 등이 실제 가격보다 낮게 신고하여 구매대행업자 등이 관세와 부가세 등 편취(6건, 17,701점, 18억원)
부정수입	판매용 오트밀, 위장약, 유아용 완구 등을 자가소비용으로 가장하여 수입요건을 구비하지 않고 부정수입 후 온라인 쇼핑몰에서 판매 등(12건, 52,448점, 약 11억원)
지식재산권침해	유명 상표의 골프공, 가방 등 위조 물품을 목록통관 및 국제우편물로 반입하여 온라인 쇼핑몰에서 판매 등(5건, 2,523점, 약 9억원)

한편, 관세청은 2023. 10. 30. 터 11. 28.까지 30일간 해외직구 악용 불법행위 집중단속 기간을 운영한 결과 불법 해외직구 물품 37만여 점, 시가 688억원 상당을 적발했는데, 적발된 불법 해외직구 유형은 i) 자가사용을 가장한 판매용품 밀수입(20건 148억원), ii) 타인 명의를 도용한 분산 밀수입(12건 43억원), iii) 구매대행을 통한 관세포탈(3건 62억원), iv) 중국발(發) 위조상품 밀수입(2건 435억원) 등이었다.<sup>12)</sup>

## 2. 전자상거래의 오용

전 세계적으로 B2C 전자상거래에 종사하는 기업의 수는 지속적으로 증가하고 있고, 전자상거래 규모도 급증하고 있다. 2018년 ~ 2020년의 기간에 주요 국가에서 전체 소매 판매 증가는 1%도 미만인 반면, B2C 온라인 소매 판매는 41%나 증가하였다(OECD/EUIPO, 2021). 특히 코로나 팬데믹으로 소비자들이 온라인으로 주문하고 상점 방문을 피하면서 전 세계적으로 B2C 전자상거래가 크게 증가하였다.

12) 2023. 12. 28.자 관세청 보도자료(관세청, 해외직구 악용 불법행위 688억원 적발). 특히 관세청은 집중단속 기간에 주요 전자상거래업체 15개사(11번가, 네이버, 쿠팡, 옥션, 지마켓, 인터파크, 위메프, 티몬, 카카오, 롯데쇼핑, 당근마켓, 반개장터, 중고나라, 세컨웨어(헬로마켓), 오늘의집(버킷플레이스)와 합동으로 불법·부정수입물품의 온라인 유통에 대한 집중 모니터링을 병행했는데, 관세청과 15개 전자상거래업체는 지재권침해 의심 물품, 유해 식·의약품 등 판매 게시글 43,198건에 대하여 판매 정지하거나 게시글을 삭제·수정하도록 조치하고 424개 불법판매 사업자 계정도 사용을 정지했다.

한편, 팬데믹 기간 동안, 온라인 환경은 불법 거래의 대상이 되었는데, 각국 사법 당국에 의하면, 위조품, 저질 의약품, 검사 키트, 기타 COVID-19 관련 물품을 포함하여 불법상품 제공을 포함한 다양한 전자상거래 범죄의 양이 증가했다고 한다. 전자상거래는 위조상품 거래, 불량·불법 상품 거래의 주요 플랫폼이 되었고, 전자상거래 오용 문제를 초래하였다. 여기에는 불량 의약품, 검사 키트, 보호 장비, 기타 COVID-19 관련 제품이 포함되었다. 위조업자들이 소비자들에게 위조품을 팔기 위해 전자상거래를 이용하는 것이 증가하고, 소비자들 중 일부는 진품이라고 생각하고 상품을 구매하는 반면, 다른 소비자들은 저가의 위조품을 적극적으로 찾는 경우도 있다.

### 3. 해외직구 쇼핑물 이용자 불만과 전자상거래업체의 갑질

해외직구 쇼핑물의 이용이 확대되면서, 해외직구 쇼핑물 이용자들의 불만도 증가하고 있다(서보원, 2018). 해외직구 쇼핑물 이용자들의 불만은 3가지 해외직구 유형(구매대행, 배송대행, 직접구매) 모두에서 나타났지만, 불만 이유는 해외직구 유형별로 차이가 있다. 한국 소비자원의 조사자료(2015~2017년)에 의하면, 1) 구매대행에서는 ‘취소·환불·교환지연 및 거부’가 가장 많고, 그 다음으로 ‘위약금·수수료부당청구 및 가격불만’, ‘제품하자·품질AS’ 순이고, 2) 배송대행에서는 ‘배송관련(미배송·배송지연·오배송·파송)’ 불만이 가장 많고, ‘위약금·수수료부당청구 및 가격불만’이 그 다음이며, 3) 직접구매에서는 ‘제품하자·품질·AS’가 가장 많고, 그다음으로 ‘배송관련(미배송·배송지연·오배송·파송)’이다(서보원, 2018).

한편, 전자상거래업체의 갑질과 높은 수수료율이 문제로 지적되고 있다. 일부 전자상거래 업체들은 적자를 감수하면서까지 대규모 투자를 하고 점유율 높이기 위해 집중하는 ‘계획된 적자’ 전략과 무료 배송 등 압도적인 서비스를 통한 충성도 높은 유료 회원 확보 등의 전략을 통해 전자상거래 시장(이커머스 시장)을 장악하고 있다. 특정 전자상거래업체가 독점적 지위를 확보하면 수수료율을 대폭 인상하여 판매자들을 압박할 가능성이 크다.<sup>13)</sup>

13) 참고로 아마존에 올라오는 상품은 판매자의 상품과 아마존 직매입 상품으로 구분되는데, 아마존 전체 상품 매출에서 판매자의 매출은 절반 이상이다. 판매자들은 세계 최대 전자상거래 플랫폼을 이용하여 판로를 확대할 수 있고, 아마존은 수수료와 광고비 물류 서비스 이용료 수익을 얻을 수 있다. 그러나 판매자들의 수수료 부담이 점점중하고 있어 문제가 되고 있다.

판매자 입장에서 종합몰과 오픈마켓을 비교해 보면, 오픈마켓은 입점하기 쉽고 수수료가 낮다는 장점이 있지만, 입점하기 쉽기 때문에 겹치는 상품이 많아서 가격경쟁이 치열하여 광고가 필수적이며 광고비 지출이 높고, 구매자와의 각종 문제도 직접 해결해야 한다는 단점이 있다. 그런데, 막대한 비용을 들여 판매자가 해당 이커머스 플랫폼에서 자리를 잡은 후에 전자상거래 업체가 수수료를 인상하는 경우가 있어 문제가 되고 있다.

#### 4. 해외직구 물품의 반품과 관세 환급 문제

해외직구로 구매한 상품을 반품하는 경우가 빈번히 발생한다. 해외직구에서도 관세 및 내국세 등을 납부하는 경우가 있는데, 해당 물품을 반품하는 경우 기 납부한 관세 및 내국세 등의 환급이 필요하다. 환급을 받기 위해서는 “납세업무 처리에 관한 고시” 제4장 납부세액의 환급심사에 따라 각 환급요건(과오납/계약내용상이물품/수출에 갈음한 폐기물품/재해로 인한 멸실, 변질 또는 손상물품 환급/수입한 상태 그대로 수출하는 자가사용물품의 환급 등)을 갖추어 신청해야 한다. 물품가격이 200만원 이하<sup>14)</sup>인 경우에는 수출신고 없이 환급이 가능지만, 200만원을 초과하는 경우에는 수출신고를 해야 환급받을 수 있다. 수입신고 수리후 6개월 이내에 반품하지 않거나, 200만원을 초과하는 경우로서 수출신고 없이 반품하는 경우에는 환급받을 수 없다(관세청, 2023).

해외직구 반품 환급 요건을 정리하면, 물품이 수입신고 수리일로부터 6개월 이내에 판매자에게 반송되어야 하고, 한국에서 외국의 원판매자에게 물품이 반송되어야 하며, 반품 물품가격의 합이 원화 200만원 초과인 경우 반드시 수출신고를 해야 한다. 실제 구매했던 판매자의 소재지가 아닌 다른 곳으로 반송된 경우 환급이 불가하거나 추가적인 서류가 요구된다. 해외직구 반품 환급에는 구매확인서류, 반품확인서류, 반송확인서류, 환불증빙자료 등이 요구된다. 그리고 구매확인서류에는 구매한 물품의 정보(물품 모델명, 가격, 수량, 원산지 등)와 판매자 정보가 기재된 송장 또는 구매내역서가 있고, 반품확인서류에는 반품하고자 하는 상품의 정보(물품명, 가격, 수량 등)와 판매자 정보가 기재된 반품송장 또는 반품확인서가 있고, 반송확인서류에는 발송인, 수령인의 정보가 기재되고 물품정보(무게, 수량 등)가 기재된 운송서류(B/L 등) 또는 반송운송장, EMS 반송서류 등이 있으며, 환불증빙자료에는

14) 2022. 1. 1. 적재분부터 물품가격 200만원 이하 수출신고 없이 환급 가능.

반품승인 후 금융기관 또는 결제대행사(페이팔 등)에서 발행하는 취소영수증 또는 매출취소 전표가 있다(관세청, 2023).

## IV. 온라인 해외직구의 개선방안

### 1. 해외직구 특별통관 개선

앞에서 살펴본 바와 같이 우리나라에서 해외직구는 급증하고 있다. 2023년도 해외직구 수입 건수는 9,612만건으로 일반 수입신고 건수 4,068만건의 두 배가 넘는다. 온라인 해외직구는 대부분 소비자가 구매자가 되고, 소액거래가 많기 때문에 특별통관이 필요하다. 이에 따라 관세법에서는 관세청장은 전자상거래물품에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별통관을 정할 수 있다고 규정하고(제254조)<sup>15)</sup>, 관세법 시행령에서는 관세청장이 정할 수 있는 사항을 규정하고 있으며(제258조), 이 규정에 따라 관세청장은 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」에서 특별통관 세부사항을 규정하고 있다. 따라서 온라인 해외직구에 대한 특별통관의 세부 내용은 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」에서 규정하고 있는데, 국민편의를 위하여 특히 특별통관 관련 다음의 개선이 필요하다.

첫째, 관세 등의 납부방법의 개선이 필요하다. 관세법 시행령 제258조 제1항에서는 전자상거래물품(온라인 해외직구 포함)의 특별통관으로 ‘관세 등에 대한 납부방법’에 대해서도 관세청장이 따로 정할 수 있다고 규정하고 있다. 그러나 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」에서는 이를 규정하지 않고 있는데, 납세자의 편의를 위한 납부방법을 규정할 필요가 있다. 다만, 이 경우에도 관세법 제9조에서 규정하고 있는 ‘관세의 납부기한’을 변경할 수는 없다고 본다.

둘째, 일반수입신고 대상을 축소하고 목록통관이나 간이신고 대상을 확대하는 것이 필요하다. 최근 5년간(2018~2022) 간 신고방법별(목록통관, 간이신고, 일반신고) 현황을 보면, 일반수입신고가 10,493천건으로 가장 많고, 그 다음이 목록통관으로 8,137천건이며, 간이신고는 405천건으로 가장 적다. 목록통관이나 간이신고 대상을 확대하여 국민편의를 제고

15) 이 규정은 전자상거래에 의한 물품의 신속통관제도를 도입하기 위하여 2000. 12. 관세법 전부개정(법률 제6305호, 2000. 12. 29., 전부개정)에서 신설된 조항이다.

하고 행정비용을 줄일 필요가 있다.

## 2. 해외직구 편의제도 운영 개선(악용 방지)

해외직구에 대해서는 다양한 편의제도를 운영해 오고 있으며, 해외직구의 급증에 따라 국민 편의, 국민 안전 등의 대책이 필요하여 2022. 10월 관세청에서는 “전자상거래 관련 국민편의 및 수출 제고방안”을 수립하였다. 이 방안 수립은 전자상거래 급증 상황에서 국민과 기업의 소비자 편의 증대, 안전 강화, 수출 지원 관련 수요 증가에 따라 국민 편의, 국민 안전 등의 대책이 필요하다는 점을 고려한 것이다.

한편, 해외직구 편의제도를 악용하는 사례가 있어 문제가 되고 있는데, 해외직구 편의제도 악용을 방지하기 위해서는 편의제도 운영을 개선하는 것이 필요하다. 해외직구 편의제도의 악용은 편의제도 운영상의 허점을 이용하는 경우가 많다. 따라서 편의제도를 엄격하게 관리·운영하고, 편의제도 악용에 대한 단속을 강화하는 것이 필요하다. 앞에서 살펴본 바와 같이 2021년 관세청에서는 해외직구 악용 사범 특별단속을 실시하여 많은 악용 사례를 적발하였다. 또한, 2021년에 광군제(2021.11.11.), 블랙프라이데이(2021.11.26.) 등 해외직구 급증시기에 맞춰 열린장터(오픈마켓) 및 중고거래터(중고거래 플랫폼) 업체와 합동으로 온라인 불법거래 집중 감시를 실시하여 많은 악용 사례를 적발하였다. 특히 온라인 해외직구에 대해서는 전자상거래업체와의 합동 집중 감시를 실시했는데, 온라인 해외직구에서 편의제도 악용을 효율적으로 단속하기 위해서는 전자상거래업체와의 협업이 필요하다. 다만, 이는 해당 전자상거래업체에는 부담이 되며, 해외 전자상거래업체에게 협업을 강행하는 것이 쉽지 않다는 한계가 있다. 따라서 전자상거래업체의 자발적 협업을 유도할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다.

## 3. 국경간 전자상거래의 오용 개선

국경간 전자상거래 오용을 방지하기 위해서는 해외 온라인 플랫폼에 대한 실제적 규제가 필요한데, 국내법(전자상거래법 등)의 역외적용에 의한 규제보다는 국가 간 공조나 국제규범의 도입에 의한 규제가 바람직하다고 본다. 그 이유는 온라인 플랫폼에 대한 각국의 개별

적 규제는 규제의 중첩성 문제와 규제의 비통일성 문제를 초래할 수 있기 때문이다. 참고로 2021. 3. 5. 공정거래위원회에서는 전자상거래법 전부개정법률(안)을 입법 예고하였다.<sup>16)</sup> 동 법률(안) 역외적용 규정 신설(제5조17)이 포함되어 있는데, 이는 해외직구·구매행 활성화로 소비자 피해가 증가하고 있으나, 명시적 규정 부재로 해외플랫폼에 대한 법집행 여부가 불분명한 부분이 있으므로, 국외에서 이루어진 행위의 경우에도 국내 소비자에 영향을 미치는 경우 전자상거래법을 적용할 수 있도록 하기 위한 목적이다.<sup>18)</sup> 그리고 2021. 5. 25. 자 전재수 의원 대표발의 의안(전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안, 의안번호 2110377)에도 동일한 내용이 포함되어 있고, 개정 목적은 동일하다. 참고로 관세청에서는 2014년 업무계획에서 전자상거래 악용 불법행위 차단을 위하여 개인통관고유부호 명의도용 검증·처벌 강화, 국제우편으로 반입되는 식의약품 등의 통관관리 강화<sup>19)</sup>, 인터넷 쇼핑몰 거래정보 입수·분석 시스템 구축 등을 추진하기로 하였다.

#### 4. 해외직구 쇼핑몰 이용자의 불만 개선

해외직구 쇼핑몰 이용자 불만에 대하여 한국소비자원에서는 다음의 방안을 강구하였고, 일부는 시행되고 있다(서보원, 2018). 첫째, “국제거래 소비자포털”을 통한 상담 및 지원서비스를 확대한다.<sup>20)</sup> 둘째, 온라인 쇼핑몰의 사업자에 대한 사업자 자율개선을 촉구하고, 반품수수료 고지를 강화한다. 반품비용 외에 추가적인 위약금 또는 손해배상의 성격을 띠는 반품수수료 내용을 ‘상품 판매 페이지’에 구체적으로 고지·안내하도록 자율개선을 촉구한다. 셋째, 배송지연 사유 등 정보제공을 강화하고, 배송지연에 대한 손해배상제도를 마련한다. 배송대행업체에 대한 소비자 불만 중에는 배송지연 시 배송지연 사유에 대한 안내 부족

16) 공정거래위원회공고 제2021-14호(전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률(안) 입법 예고).

17) 제5조(국외행위에 대한 적용) 이 법은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 소비자에게 영향을 미치는 경우에는 적용한다.

18) 공정거래위원회공고 제2021-14호(전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률(안) 입법 예고) 참조.

19) 현재 별도의 수입신고 없이 반입되고 있으나, 특송물품과 동일한 수입신고절차 적용

20) 참고로 2022년 한국소비자원의 소비자상담센터 및 국제거래 소비자포털에 접수된 국제거래 소비자상담은 총 16,608건으로 전년 14,086건 대비 17.9% 증가하였다. ‘온라인 국제거래’ 상담은 16,520건으로 전년 14,029건 대비 17.8% 증가, ‘오프라인 국제거래’ 상담은 88건으로 전년 57건 대비 54.4% 증가하였다.

이 지적되었는데, 통상적인 배송 기간으로 안내한 기간을 경과한 경우 개별 소비자에게 정보를 제공할 필요가 있다. 그리고 소비자에게 개별적으로 안내한 배송기간을 경과하여 상당한 시일이 지난 경우 합당한 손해배상 제도를 마련할 필요가 있다. 넷째, 배송 중 상품 분실·파손에 대한 손해배상제도의 실효성을 확보한다. 참고로 한국소비자원의 조사 결과 배송 중 파손된 물품에 대해 몰테일의 무과실을 입증하는 대신 정당한 이유없이 보상을 회피하는 사례가 확인되었다. 따라서 배송 중 물품 파손 시 배송대행업자가 '배송과정에서 무과실을 입증하지 못하는 경우 손해배상책임을 부담함을 명시함으로써 상법 제115조(손해배상 책임)<sup>21)</sup> 및 「해외구매(배송대행) 표준약관」 제14조(손해배상)<sup>22)</sup>의 취지를 반영할 필요가 있다. 다섯째, 구매대행에서 총 판매가격 구성내역 표시를 강화한다. 구매대행에서 해외구매대행의 취지와 달리 총 판매 가격이 구매금액과 배송비로만 표시되어 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」<sup>23)</sup>의 취지를 반영하지 못하는 결과를 초래하고 있다. 구매금액과 배송비로만 표시될 경우 소비자가 총 판매가격의 구성내역을 쉽게 이해할 수 있다는 장점이 있으나, 판매자가 해외 구매대행 과정에서 실제 발생하는 비용을 반영하지 못하고, 소비자가 직접 해외쇼핑몰을 통해 구매하는 것으로 오인할 소지가 있다. 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」 제5조(상품가의 구성)에서는 “몰”<sup>24)</sup>에 표시된 재화 등의 판매 가격은 [해외사업자로부터의 해당 재화 등 구매가격, 해외사업자로부터 회사의 해외 수령 장소까지의 운송료, 해외 현지 세금, 해외 구매 계약 체결 수수료, 해외 현지 수령 장소(해외 물류센터) 이용료, 국제운송료와 수입관세, 수입부가세, 국내운송료, 기타세금 등(이하 “관·부가세 등”)]이 포함된 가격이라고 규정하고 있다. 「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」의 취지를 반영하여 총 판매가격의 구성내역을 구분하여 고지함으로써 소비자가 구매대행을 통해 해외의 물품을 구매한다는 점을 명확히 인식하도록 유도할 필요가 있다.

21) 상법 제115조에서는 운송주선인은 자기나 그 사용인이 운송물의 수령, 인도, 보관, 운송인이나 다른 운송주선인의 선택 기타 운송에 관하여 주의를 해태하지 아니하였음을 증명하지 아니하면 운송물의 멸실, 훼손 또는 연착으로 인한 손해를 배상할 책임을 면하지 못한다고 규정하고 있다.

22) 해외구매(배송대행) 표준약관(공정거래위원회 표준약관 제10074호, 2016. 10. 14. 제정) 제14조 제1항에서는 회사의 배송대행지로부터 이용자가 지정한 국내 수령 장소까지의 운송구간에서 운송물의 분실, 파손 등의 손해가 발생하였을 경우, 회사는 자기 또는 사용인 기타 운송을 위하여 사용한 자가 운송물의 수령, 인도, 보관 기타 운송에 관하여 주의를 게을리 하지 아니하였음을 증명하지 아니하면, 이용자에게 분실, 파손 등으로 인한 손해를 배상해야 한다고 규정하고 있다.

23) 공정거래위원회 표준약관 제10076호, 2016. 10. 14. 제정.

24) “몰”은 회사가 이 약관에 의하여 재화 또는 용역(이하 “재화 등”)을 이용자에게 제공하기 위하여 정보통신설비와 정보통신망을 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정한 가상의 영업장을 말하며, 아울러 “몰”을 운영하는 회사의 의미로도 사용됩니다.(「해외구매(쇼핑몰형 구매대행) 표준약관」 제2조).

## 5. 해외직구 물품의 반품과 관세 환급 문제 개선

해외직구로 구매한 상품을 반품하는 경우 기 납부한 관세 및 내국세 등의 환급이 필요한데, 물품가격이 200만원 이하인 경우에는 수출신고 없이 환급이 가능지만, 200만원을 초과하는 경우에는 수출신고를 해야 환급받을 수 있으며, 수입신고 수리후 6개월 이내에 반품하지 않거나, 200만원을 초과하는 경우로서 수출신고 없이 반품하는 경우에는 환급받을 수 없다. 이 반품 환급 규정은 일반 수입에 공통적으로 적용되는 규정으로 반품 환급요건이 엄격하여 해외직구에서 소비자가 반품 환급을 받지 못하는 경우가 빈번히 발생한다. 따라서 소비자용 해외직구 물품의 반품 환급에 대해서는 환급요건을 일부 완화할 필요가 있다. 수출신고 없이 환급할 수 있는 금액은 현행 200만원 이하로 규정되어 있는데, 이를 상향할 필요가 있다. 정확한 금액은 전체 해외직구에서 200만원 초과 ~ 상향 금액의 해외직구가 차지하는 비중을 고려하여 정하는 것이 바람직하다.

## 6. 기타 온라인 해외직구 제도 개선

온라인 해외직구 이용자의 편의를 위하여 우리나라는 i) 물품가격 150달러 이하 자가사용 물품 소액면세 ii) 자가사용 물품은 원칙적 요건면제 iii) 물품가격150달러(미국발의 경우 200달러) 이하 물품 목록통관(신고생략) 등의 편의제도를 운영하고 있다. 2000년 관세법 전부개정<sup>25)</sup>에서 전자상거래에 의한 물품의 신속통관제도를 도입하였고(관세법 제254조<sup>26)</sup>), 전자상거래물품의 수입통관에 필요한 사항을 정하고 전자상거래물품의 건전한 통관 질서를 확립하고 통관관리의 효율을 도모하고자 「전자상거래물품등의특별통관절차」<sup>27)</sup>를 제정하였다. 현재 온라인 해외직구에 대한 특별통관제도의 세부 내용은 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」<sup>28)</sup>에서 규정하고 있다.

해외직구 관련 통관 절차와 규제로 일반 국민이 느끼는 불편과 애로사항이 누적되고, 과세기준, 세금납부방식, 통관정보 등 국내 온라인거래와 상이한 부분에서 민원이 집중되고,

25) [법률 제6305호, 2000. 12. 29., 전부개정]

26) 제254조 (전자상거래물품 등의 특별통관) 관세청장은 전자문서로 거래되는 수출입물품에 대하여 대통령령이 정하는 바에 의하여 수출입신고·물품검사 등 기타 통관에 필요한 사항을 따로 정할 수 있다.

27) [관세청고시 제2004-51호, 2004. 12. 20., 제정.]

28) [관세청고시 제2023-42호, 2023. 6. 26., 전부개정.]

해외직구 증가에 따라 유해 식·의약품, 지식재산권 침해물품 등 국민 안전과 권익을 위협하는 불법물품 반입도 증가하고 있다. 이런 상황에서 해외직구에 대한 편의 증진과 국민 안전을 모두 고려하는 정책이 필요하게 되어 2022. 10월 관세청에서는 “전자상거래 관련 국민편의 및 수출 제고방안”을 수립하였다. 이 제고방안은 전자상거래 급증 상황에서 국민과 기업의 소비자 편의 증대, 안전 강화, 수출 지원 관련 수요 증가에 따라 국민 편의, 국민 안전 등의 대책이 필요하다는 점을 고려한 것으로 20대 추진과제 및 「민관 합동 전자상거래 무역 지원단」 운영을 포함하고 있다.

20대 추진과제는 국민편의 제고, 소비자 보호, 전자상거래 수출지원, 제도·인프라 정비 등으로 구분되는데, i) 국민편의 제고에는 ① 합산과세 기준 합리화 ② 통관정보 실시간 제공 ③ 모바일 관세 납부 서비스 제공 ④ 해외직구 물품 재판매 기준 명확화가 있고, ii) 소비자 보호에는 ⑤ 명의도용 피해 방지 ⑥ 해외직구 민원 대응체계 강화 ⑦ 유해 식·의약품 반입 차단 ⑧ 해외직구 악용 불법행위 단속 강화 ⑨ 거래정보를 활용한 안전한 통관체계 마련이 있고, iii) 전자상거래 수출지원에는 ⑩ 전자상거래 수출통관 규제 혁신 ⑪ 주요 인접 국가 해상특송체계 확대 ⑫ 기업 마이데이터 플랫폼 구축 ⑬ 전자상거래 수출 물류비용 및 입점 지원 ⑭ 전자상거래 수출입 빅데이터 개방 ⑮ 한-중 복합운송 활성화가 있으며, iv) 제도·인프라 정비에는 ⑯ 전자상거래 맞춤형 법령 정비 ⑰ 해외직구 전용 신고제도 마련 ⑱ 권역별 전자상거래 거점 육성 ⑲ 첨단 검사장비 도입 및 기술 개발 ⑳ 동북아 전자상거래 물류허브 구축이 있다.

## V. 결 론

해외직구 증가에 따라 전자상거래업체들은 해외구매대행 서비스를 확대하고, 개인 해외 구매대행업도 성행하고 있으며, 소비자들은 온라인 해외직구를 통하여 다양한 상품을 낮은 가격으로 구매하고 있다. 온라인 해외직구가 급증함에 따라 국민과 기업의 소비자 편의 증대·안전 강화, 수출 지원 관련 요구가 증가하는 반면에 해외직구 편의제도 악용, 전자상거래의 오용, 해외직구 쇼핑물 이용자의 불만, 해외직구 물품의 반품과 관세 환급 문제, 전자상거래업체의 갑질과 높은 수수료율 등 다양한 문제점이 제기되고 있다. 따라서 해외직구에서 국민 편의와 안전을 제고하고, 해외직구의 건전한 발전과 국민경제의 발전을 위해서는 해외직구의 문제점을 개선하는 정책이 필요하다.

온라인 해외직구는 대부분 소비자가 구매자가 되고, 소액거래가 많기 때문에 특별통관이 필요하다. 「전자상거래물품의 특별통관에 관한 고시」에서 특별통관 세부사항을 규정하고 있는데, 국민편의를 위하여 관세 등의 납부방법, 목록통관이나 간이신고 대상 확대 등의 개선이 필요하다. 해외직구 편의제도를 악용하는 사례가 있어 문제가 되고 있는데, 해외직구 편의제도를 엄격하게 관리·운영하고, 전자상거래업체의 자발적 협업 유도하여 합동 감시를 강화하는 것이 필요하다. 또한, 국경간 전자상거래 오용을 방지하기 위해 해외 온라인 플랫폼에 대한 실제적 규제가 요구되는데, 이를 위해 국가 간 공조나 국제규범 도입 추진이 필요하고, 해외직구 쇼핑물 이용자의 불만을 개선하기 위한 다양한 정책 및 지원이 필요하다. 해외직구로 구매한 상품을 반품하는 경우 기 납부한 관세 및 내국세 등의 환급이 필요한데, 현행 반품 환급 규정은 일반 수입에 공통적으로 적용되는 규정으로 반품 환급요건이 엄격하여 해외직구에서 소비자가 반품 환급을 받지 못하는 경우가 빈번히 발생한다. 따라서 소비자용 해외직구 물품의 반품 환급에 대해서는 환급요건을 일부 완화할 필요가 있다.

이 연구에서 제시한 해외직구에 대한 다양한 개선방안을 통하여 국민편의를 제고하고, 동시에 국경간 전자상거래의 오용을 개선할 수 있을 것으로 기대한다. 다만, 이 연구는 해외직구 이용자나 해외직구 업계의 설문 실시하지 못했다는 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 해외직구 이용자 및 해외직구 업계의 설문, 공청회 등을 실시하여 보다 많은 문제점을 파악하고, 전문가 자문회의를 통하여 다양한 개선방안을 모색할 필요가 있다.

## 참고문헌

- 관세청. (2022). 전자상거래 관련 국민편의 및 수출 제고방안. KDI 경제정보센터.
- 관세청. (2023a). 알기 쉬운 해외직구 + 반품 환급 가이드. 서울본부세관.
- 관세청. (2023b). 알아두면 유익한 해외직구 통관 길라잡이.
- 김상만. (2022). 관세법상 해외직구 및 해외구매대행 관련 최근 판결의 주요 쟁점 분석(관세등부과 처분, 밀수입죄, 후발적 경정청구 등). *관세학회지*, 23(3), 3-18.
- 서보원. (2018). 해외직구 소비자불만 현황 및 개선방안 (피해다발 온라인 쇼핑몰을 중심으로). 한국 소비자원, 1-59.
- 오선영. (2023). 해외직구 구매대행업자의 성실 납세 확보 방안 연구. *무역상무연구*, 98, 133-152.
- 이병준. (2014). 전자상거래를 통한 해외구매 대행서비스와 관련된 소비자법 및 국제사법상의 쟁점. *성균관법학*, 26(4), 417-446.
- 이예림. (2019). 온라인 쇼핑몰 해외직구 만족도, 충성도와 구전에 관한 연구. *통상정보연구*, 21(3), 3-22.
- 정다운, 이재선, 김미정. (2020). 19-02 전자상거래 물품의 관세 과세상 쟁점사항 분석. 한국조세재정 연구원.
- 조원길. (2022). 디지털무역 시대 전자상거래 통관체제 개편방안에 관한 연구. *관세학회지*, 23(1), 83-104.
- Daniela Coppola. (2023). Annual retail e-commerce sales growth worldwide from 2017 to 2027. Statista.
- Koen van Gelder. (2023). E-commerce worldwide - statistics & facts. Statista.
- OECD/EUIPO. (2021). Misuse of E-Commerce for Trade in Counterfeits. Illicit Trade.
- Statista. (2024). Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. Statista.
- Statista. (2024). E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2015 to 2027. Statista.
- 관세청. <https://www.customs.go.kr/kcs/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=2835&cntntsId=827>.
- 국민참여 입법센터. <https://opinion.lawmaking.go.kr/gcom/ogLmPp/62975>.
- 국제거래 소비자포털. <https://crossborder.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=103>.
- 국회 의안정보시스템. [https://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC\\_C2K1S0T5N2W5Y1K7P2V4W5V5Q3V6Z6](https://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC_C2K1S0T5N2W5Y1K7P2V4W5V5Q3V6Z6).
- 한국소비자원. <https://crossborder.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=103>.

## ABSTRACT

# A Problems and Improvements on Online Overseas Direct Purchase

Sang-Man Kim

E-commerce and cross-border e-commerce are growing rapidly due to the development of ICT, smartphones, expansion of shopping malls, logistics innovation, etc. In addition, online overseas direct purchases are also increasing rapidly due to expansion of global online shopping malls and advancement of purchasing methods through mobile. In particular, the growth of e-commerce has been accelerated due to the recent COVID pandemic and home economy.

Online overseas direct purchase types are classified into purchase agency, delivery agency, and direct purchase. With the increase in overseas direct purchases, e-commerce companies are expanding their overseas purchase agency services, and individual overseas purchase agencies are also flourishing. Convenience systems such as tax exemption for self-used goods under \$150 and customs clearance for goods under \$150 (not more than \$200 for goods from the U. S.) will be applied to overseas direct purchases.

Looking at global e-commerce retail sales, it more than doubled in five years from \$1.336 trillion in 2014 to \$3.351 trillion in 2019, and more than tripled to \$4.248 trillion in 2020. It is expected to exceed \$8 trillion in 2026.

Major issues (or problems) related to overseas direct purchase include abuse of the convenience programmes for overseas direct purchase, misuse of e-commerce, complaints from users of overseas direct purchase shopping malls, return of overseas direct purchase, etc.

It will be necessary to improve the problems of overseas direct purchases for the convenience and safety of the customers and for the sound development of overseas direct purchases.

| **Keywords** e-commerce, cross-border e-commerce, online platform, online overseas direct purchase, overseas direct purchase